

УДК 141.333:316.77

Чижова О. В.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

## СУЧАСНІ ТЕОРІЇ МЕДІА КОМУНІКАЦІЙ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Розглядаються теорії соціальних комунікацій і зокрема теорії медіа комунікацій. Автор розглядає різні підходи до визначення поняття медіа, роль медіа комунікацій як частини повсякденності у контексті філософської рефлексії. Автор звертає увагу на роль Інтернет-комунікацій як частини медіа. Виявлено зв'язок медіа комунікацій з філософськими науками. Розглянуто проблему визначення поняття медіа та проблему класифікації теорії медіа комунікацій. Означено проблематику пошуку теорії, відповідної до сучасної структури медійного простору.

**Ключові слова:** медіа, крос-культурний діалог, філософський простір комунікацій, інтернет, теорії комунікацій.

Рассматриваются теории социальных коммуникаций и теории медиа коммуникаций в частности. Автор рассматривает разные подходы к определению понятия медиа, роль медиа коммуникаций как части повседневности в контексте философской рефлексии. Автор обращает внимание на роль интернет коммуникаций как части медиа. В статье рассмотрена связь медиа коммуникаций с философскими науками и проблема определения понятия медиа и классификации теорий медиа коммуникаций. Обозначена проблематика поиска теории, соответствующей современной структуре медиа пространства.

**Ключевые слова:** медиа, кросс-культурный диалог, философское пространство коммуникаций, теории коммуникаций.

Theories of social communications and theories of media communication is considered. Author examines the different understanding of determination of concept of media, role of media communication as part of daily occurrence in the context of philosophical reflection. Author pays attention to role of Internet communications as a part of media. Connection of media communication is educed with philosophical sciences. The problem of determination of media and classification of theory of media are considered. The problem of search of corresponding to the modern structure of media space theory is marked.

**Key words:** media, dialogue between cultures, philosophy of communication, theories of communication.

Основною ознакою сьогодення є інтенсифікація засобів комунікації: починаючи з впливів телебачення, Інтернету і закінчуючи мобільним зв'язком. «Вибух комунікації» став причиною становлення інформаційного суспільства, а також суспільства постмодерну. Але на сьогоднішній день таке зазвичай знайоме поняття, як комунікація, при більш-менш глибокому аналізі виявляється зовсім невідомим, бо сутність самої комунікації доби постмодерну залишається невизначеною. Між тим дослідження цього явища, розкриття механізмів та характеру його проявів дозволить не тільки зрозуміти загальні суспільні процеси, які зараз відбуваються, але й визначити тенденції майбутнього.

У своєму дослідженні ми приділимо основну увагу медіа (і зокрема Інтернет-комунікаціям) як вищій формі розвитку соціальних комунікацій, сукупності засобів соціальних комунікацій, що створює єдиний комунікаційний простір соціуму, що границить і переходить у комунікаційний простір всесвіту.

Достаток Інтернет ресурсів і прискорення темпу життя не залишає часу людині замислюватися над смыслом свого існування й до того ж варто тільки зайти в Інтернет і йому відразу запропонують кілька варіантів світогляду. Відслідковується тонка тенденція, що для підтримки своєї значимості людина переходить до філософського мислення. Герой сучасності не тільки створює свою власну філософію, але й так само створює свій власний дискурс, намагаючись залучити до нього якнайбільше людей. Цьому й сприяють Інтернет ресурси, що дозволяють жити он-лайн. Життя он-лайн спричиняє перевагу сфери ментальної над сферою чуттєвою.

Наприкінці постмодерної доби світогляд людини формувався під впливом мас-медіа, а саме телекомунікаційних засобів. В сучасності світогляд має більш великі джерела, у людини є свій мікропростір Інтернет, у якому вона може й вибірково визначати значимі парадигми, однак

у такому світі виникає необхідність поділу знань, не існує остаточної істини, як у доісторичному суспільстві (релігія, влада, право та ін.)

На сьогоднішній день комунікаційна проблематика стала складовою частиною досліджень як фундаментальних суспільних наук (соціальної філософії, соціології, лінгвістики, психології, антропології, культурології) так і прикладних напрямів.

Соціальні теорії комунікації оформлюються у XX столітті завдяки працям лінгвістів (Ф. Де Соссюр), логіків (Л. Вітгенштайн, Ч. Пірс), семіотиків (Ч. Морріс, У. Еко), соціальних психологів (Г. Блумера, В. Вундта, Г. Тарда, Г. Лебона, Дж. Міда), соціологів (Н. Луман, М. Маклюен). [1; 6; 8]

Проблемам комунікації як акту виявлення Я в іншому присвячені праці М. Бубера, М. Бахтіна, М. Гайдеггера, Ф. Ебнера, П. Рікера, Ж.-П. Сартра, К. Ясперса та інших. Комунікація як певна конститутивна семантична структура індивідуальної свідомості аналізується у зв'язку з концепціями Іншого (Е. Левінас) та Чужого (Б. Вальденфельс) також вона є центральним елементом соціальної теорії К.-О. Апеля та Ю. Габермаса, які розглядають комунікацію як базовий соціальний процес. [10]

Як ключова ознака суспільства постмодерну комунікація аналізується у працях Р. Барта, Ж. Бодріара, Г. Дебора, Ж. Дерріда, Ф. Джемисона, Ж. Дельоза, Ф. Гваттарі, П. Клоссовські, Ф. Ліотара, М. Фуко та інших класиків постмодерністського деконструктивізму. [1]

Особливий внесок у вивчення проблеми комунікації зробили такі вітчизняні дослідники як В. А. Ільганаєва, Г. Г. Почепцов та інші. [2; 9]

Зв'язок людини з філософським простором повсякденності розглянутий в працях І. В. Карпенка [3]. Однак при всьому розмаїтті поглядів на комунікацію в сучасну добу досі не виявленим залишається її сутність як процесу, що оформлює та регламентує економічні, політичні, соціокультурні характеристики існування суспільства постмодерну.

*Цілі статті:* розглянути філософський аспект медіа-середовища, типи зв'язків філософії з повсякденністю у контексті медіа середовища та роль людини у ній.

Розвиненість медіа сприяє розвитку культури у двох напрямках. Перше пов'язане з розширенням національних меж культури, подоланням мовних бар'єрів, руйнуванням границь між різноманітними формами культури. Друге пов'язане з тим, що для людини відкривається не тільки здатність пасивно сприймати зміст культури, але й впливати на світ культури. З початком Інтернету підриваються основи монологічного початку в культурі, що означає занепад «закритих» культур, які несуть у собі потенціал конфліктів. Таким чином, Інтернет сповіщає про народження культури «глобального діалогу» (культури як діалогу культур), «відкритої культури», де кожен з учасників має свій голос і може впливати на загальну думку. Феномен Інтернету відкриває новий обрій культури – орієнтацію на глобальну творчість та індивідуальний внесок кожного.

Свідомість, конституційована принципом додатковості, являє собою місце, де відбувається формування програм життєвого поведіння людини. Рівною мірою в ньому приймає участь і сфера сутнього, де світ, даний у його безпосередності, присутній як інтенціональна даність, і сфера належного, де за допомогою іманентних зусиль людини створюється образ бажаного світу. У результаті на перетинанні взаємодії сутнього і належного відбувається формування програми життєвого поведіння людини. Взаємодоповнюваність сфери сущого й сфери належного у свідомості забезпечує його інтенціональність як цілого, а необхідність вироблення програми життєвого поведіння людини, необхідність наявності самої цієї програми свідчать про те, що інтенціональність – не тільки характеристика його способу буття у світі.

Теперішній час свідчить про можливий двоякий спосіб взаємозв'язку філософії та повсякденності. По-перше, можна прагнути до розширення прав і меж цієї реальності в самому філософському дискурсі. При такому підході відбувається переорієнтація в предметі філософії. Право мати свій голос і висловлюватися здобуває те, що дотепер цього права не мало. Тут, щоправда, теж позначаються свої пріоритети, де провідна роль належить маргінальному в повсякденності, але як би там не було, це не може не урізноманітнювати індивідуальне філософування, а повсякденне розглядати як підставу цієї розмаїтості філософування. Тут повсякденне є канвою, за якою вишивається візерунок вищої реальності, що відкривається тільки умогляду філософа.

По-друге, повсякденність стає тим предметним полем, де філософія може продемонструвати свою творчу індивідуальність, підкреслити індивідуальність своєї думки на тлі звичних і старих стереотипів мислення і таким чином саме простір повсякденності сприяє розвитку філософських ідей.

Стаючи предметом філософування, повсякденність мультиплікує індивідуальні філософування. Впроваджені за допомогою медіа у філософський простір культури, вони практично не піддаються класифікації та типізації. У крайньому випадку це можна зробити але дуже умовно.

Соціальні комунікації і, зокрема серед них, медіа комунікації як невід'ємна частина простору повсякденності представляють інтерес для філософського дослідження, але в основному розглядаються як частина соціологічного вчення, що пояснює те, що основними теоретиками медіа є здебільшого соціологи (Н. Луман, М. Маклюен та ін.)

З точки зору Н. Лумана медіа являють собою індивідуальну ауто поетичну систему, що прагне залучити до себе комунікації, специфічні для себе, але разом з тим виключити інші комунікації. Комунікація як така включає у себе інформацію, повідомлення і розуміння. [5]

Медіа-комунікації, як їх розуміє Маклюен, мають стати самі об'єктом дослідження, без конотації до їх змісту. Він стверджував, що «засіб передачі повідомлення є сам по собі повідомленням». [8]

Усвідомлення єдності соціально-комунікаційних феноменів, тобто їхньої системної єдності, стало можливим на певному рівні їхнього розвитку, а також у результаті інтеграції наукових підходів до їхнього вивчення. Останні, в цілому, є наслідком методологічних зрушень у науковому пізнанні, обумовлених світоглядними трансформаціями. Насамперед, когнітивний поворот у суспільній свідомості, що сходить до концепцій філософів-системологів XX-XXI ст. Ф. Гваттари, Ж. Дельоза, А. А. Любіщева, М. Мінського, які сформулювали теорію про зв'язки по всіх рівнях реальності й свідомості. Універсалізація пізнання знайшла розвиток у концепції семіосфери, заснованої на поданнях про цільові структури свідомості Ю. М. Лотман, Т. А. Себола, У. Еко. Ці глобальні наукові трансформації вимагають подальшого методологічного аналізу, вироблення методологічного бачення соціально-комунікаційних феноменів у контексті нових ментальних конструкцій.

В. А. Ільганаєва класифікує такі концепції соціальних комунікацій [2]. Ми вибрали лише ті з них, що, на нашу думку, мають філософське підґрунтя.

Деконструкціоналізм – абстракціоністський напрямок у комунікативістиці. Теоретики цього напрямку виступають проти авторських прав, затверджуючи, що це обмежує творчий процес. Вони підтримують ідею вседозволеності та вільної реінтеграції, апелюють до принципів силогізму, абсолютизації, спонтанності й непередбачуваності експериментів.

Ірраціоналістичні концепції комунікацій – наголошують на важливості розуміння суб'єктивного змісту дій самим індивідом. У кожній із цих концепцій є конструктивний методологічний принцип. Найбільш значимі із цих концепцій: біхевіоризм, символічний інтеракціонізм, феноменологічний напрямок, структурно-функціональні напрямки, діалектична, неомарксистська концепція тощо.

Рационалістичні концепції – пов'язані не тільки з методологічними питаннями, але й з проблемами соціального прогнозування. Їх різновиди – інформаційне суспільство, технологічний детермінізм, комп'ютерна футурологія – виникли на базі теорії постіндустріального суспільства. Відповідно до цієї теорії інтерпретація соціальних явищ залежить від поставлених пізнавальних завдань, а також від технології та знання. Інформація перетворюється на одну з найголовніших цінностей суспільства, для комунікації це пов'язане з якісно новим рівнем переробки й поширення інформації, створенням комунікативних систем, здатних забезпечити обмін інформацією.

Концепція структурного функціоналізму – розкриті системи як усередині процесу масової комунікації так і між її різними засобами.

Культурологічна теорія комунікації – була представлена Г. М. Маклюеном та А. Модем. Маклюен стверджував, що засоби масової комунікації формують характер суспільства, а масова культура залучає до духовних цінностей, також мав теорію що при читанні книги люди мислять лінійно, послідовно, а при читанні електронної інформації «мозаїчно», через інтервали. «Мозаїчність» культури, що формується засобами масової інформації, вивчав А. Моль. Концепція комунікацій Маклюена заснована також на позиціях технологічного детермінізму.

Некласична концепція соціальних комунікацій – ґрунтується на когнітивній моделі суб'єктивно-об'єктивних відносин щодо суб'єкта. Феноменологічна за своїми джерелами методологія виділяє сферу інтеракції в якості особливого онтологічного об'єкта. Автор цієї моделі філософ Юрген Габермас віддавав перевагу позитивній науці у вивченні соціальних суб'єктів.

Постнекласичний підхід – зводить природу соціального до інтерсуб'єктивності, елімінуючи об'єктність. Суспільство тут розглядається як мережа комунікацій. Комунікація з'являється як активне середовище, що самоорганізується. Такий підхід до розгляду природи комунікації виводить її на новий рівень і надає їй соціальну роль. Найпростіші соціальні системи – «інтеракції» – формуються через взаємоузгодження дій і переживань присутніх учасників спілкування.

Прагматизм – філософське вчення, що трактує філософію як загальний метод вирішення проблем, які встають перед людьми в різних життєвих ситуаціях. Виходячи з цих поглядів, об'єкти пізнання формуються пізнавальними зусиллями в ході рішення практичних завдань. Мислення – засіб для пристосування організму до середовища з метою успішної взаємодії, поняття й теорії – інструменти, знаряддя. Істина ж трактується в прагматизмі як теоретична корисність.

Теорія двоступінчастої комунікації – розроблена Б. Барельсеном, Г. Года, Е. Катц, П. Лазарусфельдом, Р. Мертоном і характеризує наявність двоступінчастого потоку комунікації, на першому рівні якого ідеї поширюються від засобів комунікації до лідерів, а від них до менш активної маси. «Лідери думок» є сполучною ланкою між засобами масової комунікації та масою. Вони, у свою чергу, можуть мати своїх лідерів – найбільш авторитетних серед лідерів – до яких вони звертаються за порадою. У цьому випадку комунікація стає багатоступінчастою.

Теорія соціального конструктивізму – ідеї соціального конструктивізму обґрунтовані в працях американського вченого П. Бергера і німецького соціолога П. Лукмана. «Конструктивісти» спиралися на феноменологічну соціологію австрійського філософа й соціолога А. Шюца. Альфред Шюц дії розглядає як мету здійснення комунікацій. Він вивчає процеси й механізми за допомогою яких відтворюється сама реальність. За Шюцем, обмеженість індивідуального досвіду долається завдяки ідеалізаціям, властивим повсякденному досвіду. Такий процес приводить до формування стандартизованої типологічної структури сприйняття об'єктів. Для побудови соціальної комунікації використовується головний механізм (але не істотний) – мова.

Теорія інформаційного суспільства – основні представники: А. Турон, П. Серван-Шрайбер, М. Понятовский та ін. (Франція); Н. Луман, Ю. Габермас, (Німеччина); Д. Белл, М. Маклюен, Е. Тоффлер (США), Д. Масуда (Японія). Інформація розглядається як специфічний товар, основна соціальна цінність суспільства.

*Висновки.* Аналіз дослідження поняття медіа комунікацій показав, що хоча цьому питанню і приділяється достатньо уваги, тим не менш саме поняття медіа точно не визначене і варіюється в залежності від напрямку дослідження. Не має цілісної методологічної бази концепцій. Представлені теорії комунікації являють собою, по суті, диверсифікованість пізнання феномена соціальної взаємодії і його проявів у спілкуванні й комунікації експлікаційного та імплікаційного характеру. Але, на наш погляд, вони не відповідають сучасному стану розвитку комунікацій. Недостатність вивченості філософського аспекту медіа комунікацій сприяє помилковому сприйняттю суб'єктом філософствування медійного простору, що стає проблемою для дослідження.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Енциклопедія постмодернізму / [за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора; пер. з англ. В. Шовкун; наук. ред. пер. О. Шевченко]. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. – 503 с.
2. Ильганева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник. / В. А. Ильганева; – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
3. Карпенко І. В. Філософська рецепція повсякденності в просторі культури: автореф. дис. д-ра філософ. наук: спец. 09.00.04. «Філософська антропологія, філософія культури» / І. В. Карпенко. – Х., 2007. – 36 с.

4. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
5. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; [пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров]. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
6. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; [пер. с нем. А. Ю. Антоновский]. – М.: Практика, 2005. – 256 с.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл; [пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
8. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; – М.; Жуковский: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
10. Філософський енциклопедичний словник / [уклад. В. І. Шинкарук та ін.]. – К.: Абрис, 2002. – 742 с.
11. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю.Хабермас; [пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева, послесл. Б. В. Маркова]. — СПб.: Наука, 2000. – 380 с.
12. Baudrillard J. Requiem pour les media // Baudrillard J. Pour une critique de l'economie politique du signe. – Paris: Editions Gallimard, 1972. – P. 200-228.